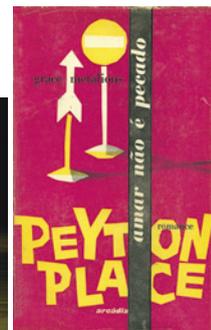


publico.pt

Colecção Design Português

No ano que marca o Ano Português do Design, o PÚBLICO edita uma nova colecção que nos explica a evolução do design em Portugal no último século, com todas as conquistas e hesitações. São oito volumes, organizados cronologicamente, divididos por cada duas décadas. A colecção Design Português inicia-se em 1900 e termina nos dias de hoje, ilustrando, nas capas, os períodos a que correspondem. Coordenada por José Manuel Bártolo, esta colecção oferece-nos uma perspectiva única do Portugal contemporâneo narrada pelos objectos do dia-a-dia, como as cadeiras e os candeeiros, esses invisíveis protagonistas. **Todas as Terças-feiras por + 6,90€**



1º volume
1900/1919
de Maria Helena Souto



Terça-feira
24 de Março
por +6,90€



Os nomes que desenharam os volumes

Foram cinco pares de mãos sob a coordenação de José Manuel Bártolo que desenharam esta nova colecção PÚBLICO. Maria Helena Souto, doutoranda em Ciências da Arte pela Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa (FBA/UL), é responsável pelo primeiro volume, dedicado aos primeiros vinte anos do design português. Actualmente é professora associada e vice-presidente do Conselho Científico do IADE, investigadora da UNIDCOM/IADE, coordenadora da área científica de História e das disciplinas de História do Design. Tem vários artigos e obras publicadas sobre Design e Arquitectura em Portugal.

O segundo volume ficou a cargo de Rui

Afonso Santos, técnico superior principal do IMC, historiador de arte e do design, disciplina de que é considerado fundador. Tem cerca de 80 títulos publicados em volumes e dezenas de artigos periódicos. Foi autor do programa museológico do Museu do Design-Colecção Francisco Capelo do CCB, e do guia respectivo, e comissariou, entre outras, as exposições *Veloso Salgado e Universo Visual e artístico - A Colecção Berardo de Arte Publicitária*. A doutoranda em Estudos de Arte pela Universidade de Aveiro Maria João Baltazar é quem nos explica os preâmbulos dos anos 1940 a 1959 desta colecção. A autora é também professora de História das Artes e do Design na

ESAD de Matosinhos e Investigadora no CECL da Universidade Nova de Lisboa. Doutorada em Design pela FBA/UL, Victor M. Almeida desenvolveu a investigação de doutoramento intitulada *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo. A Institucionalização do Design Português* entre 1959 e 1974 pelo que é também este período que nos explica na colecção PÚBLICO. Actualmente é professor associado e coordenador da Licenciatura em Design de Comunicação na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa.

Como já referido, todos os rascunhos e resenhas foram coordenados por José Manuel Bártolo, investigador, críticos e professor de design desde

No início, era o desenho

No Ano Português do Design, o PÚBLICO edita uma nova colecção que nos explica a evolução do design em Portugal no último século, com todas as conquistas e hesitações



Design

Vera Monteiro

Estávamos no final do século XIX quando Ramalho Ortigão escreve a lamentar o “gosto das mobílias antigas”. Prejudica a “moderna marcenaria artística”, dizia, considerando que, afastado da produção de design contemporâneo, em Portugal ficariam poucos vestígios do “progresso das artes industriais do século” restando-nos “o século dos ferros-velhos”. Quem nos explica é José Manuel Bártolo, autor do prefácio do primeiro volume da nova colecção PÚBLICO Design Português e coordenador da colecção.

Olhava-se para fora e os principais movimentos europeus e modelos associativos teimavam em não virar em Portugal. Do mobiliário ao design, um aceso debate crítico reclamava por novas funções e novos objectos para as formas velhas: uma modernização estética e funcional. As duas décadas que se seguiram foram o início da transformação: um incontornável recomeço para o design português, com todas as suas formas, hesitações e terminologias.

O caminho foi longo, mas 100 anos mais tarde há razões para comemorar e o Governo promove o Ano do Design Português. Começou em Junho de 2014 e vai decorrer até Maio de 2015, uma iniciativa que posiciona “Portugal a nível inter-



nacional como um país inovador e contemporâneo e afirma o design como uma área-chave para o desenvolvimento nacional”, segundo nota da Secretaria de Estado da Cultura. O objectivo é valorizar o design português a nível nacional e a sua promoção no espaço internacional, através da sedimentação da sua imagem e valor e criação de novos clientes para as competências industriais e artesanais nacionais.

O design mostrado a todos

O Ano do Design Português acabou por ser o início catalisador de uma série de acções e projectos que ultrapassam o próprio período da comemoração. Foi ainda criado um site (www.designportugues.pt), “uma plataforma participativa que vai possibilitar um mapeamento do design português, dentro e fora do território nacional”, explica no site Guta Moura Guedes, comissária da iniciativa. “Este mapeamento é um projecto em rede de promoção do design e dos designers portugueses

e de construção de um arquivo e uma base de dados”. Será a primeira grande montra nacional da área. Para assinalar o Ano do Design Português, o PÚBLICO edita uma colecção desenvolvida à medida que se debruça sobre a evolução do Design desde o início do século XX e as transformações que ele trouxe. Com uma organização cronológica, a colecção coordenada por José Manuel Bártolo está dividida em oito volumes, iniciando-se em 1900 e terminando em 2015, cada volume comporta duas décadas, com excepção dos dois últimos que são cronologias ilustradas. A capa e contracapa reflectem os avanços da época à qual se refere. Os estilos utilizados, o contexto histórico, a criação de novas marcas e a sua diferenciação e os novos panoramas nacionais serão abordados, explicando como contribuíram para o que existe hoje. Esta colecção oferece-nos uma perspectiva única a partir da qual podemos compreender melhor a história sociocultural do Portugal contemporâneo narrada pelos objectos do dia-a-dia, como as cadeiras, livros e candeeiros, esses invisíveis protagonistas.

Uma viagem no tempo do design português
No primeiro volume (1900 - 1919), o destaque vai para o design gráfico, com foco para a Paródia de Bordalo Pinheiro, a revista Orpheu de Fernando Pessoa ou ainda o li-

vro K4 o Quadrado Azul editado por Almada Negreiros. A criação da marca Azeite Gallo (1919) marcou ainda a década. No segundo a força vai para a *Belle Époque* de inspiração parisiense embora sem a mesma força e culmina com a Exposição Universal de Paris, passando o terceiro e o quarto volume pelo Estado Novo que, com a criação do Secretariado da Propaganda Nacional, dirigiu a produção para a propaganda. Ainda assim, destacaram-se algumas marcas como o Licor Beirão, Nitro do Chile, os Transportes Aéreos Portugueses e a Sumol. Também a inauguração do primeiro centro comercial português, o Apolo 70, marcou a década, trazendo novos conceitos de design visual e de interiores.

Helena Sofia Silva é quem nos apresenta os anos de 1980 a 1999, no vol. 5. Licenciada em Design

de Comunicação (Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, 1999), com formação pós-graduada em Ciências da Educação (Instituto Politécnico do Porto, 2008) e mestre em Design (ESAD, 2010). Actualmente lecciona História dos Media, História da Moda e da Joalheria, Análise e Crítica dos Media Contemporâneos e Correntes da Moda Contemporânea. Co-autora de duas breves monografias sobre os arquitectos Álvaro Siza Vieira e Souto de Moura (Quid Novi/Público, 2011). Entre a revista PLI - Arte & Design, o comissariado de exposições, a apresentação de comunicações e a participação em eventos, tem colaborado em diferentes iniciativas da ESAD.

Já as décadas de 1980 e 1990 ficaram marcadas pela nova vida nocturna: o Bairro Alto, mais cosmopolita e pós-moderno. Mais tarde, em 1999 teve lugar a primeira Bienal de Design Experimentaldesign, o primeiro evento internacional de design a decorrer em Portugal. A viragem do século trouxe também consigo uma série de novidades relevantes para o design gráfico, com os blogs a abrir caminho poe entre o digital, e ainda a abertura do MUDE - Museu do Design e da Moda, em Lisboa.

Esta mostra gráfica de cada um dos períodos do século XX e XXI é uma autêntica viagem no tempo que irá estar disponível todas as terças-feiras, por apenas mais 6,90€.

Para além das linhas de Portugal

Um armário de bar, uma mesa, uma vitrina, uma arca, um aparador e um biombo português já foram vistos por milhões de pessoas por todo o mundo. Na verdade, são mais de três dezenas as peças de mobiliário português que decoraram em Hollywood o cenário cosmopolita do apartamento de Christian Grey, o milionário personagem principal do livro *As Cinquenta Sombras de Grey* que estreou em Portugal no passado mês de Fevereiro.

“A produção do filme procurou as nossas peças pelo seu design exclusivo, high-end e cosmopolita”, explicou a responsável de comunicação da empresa de design de móveis de Rio Tinto “Boca do Lobo”, convidada pela Universal Pictures.

Mas esta não é a primeira vez que o design português anda nas bocas do mundo. No ano passado, Lady Gaga escolheu acessório e joalharia do designer Valentim Quaresma para o seu videoclip, depois ter usado um vestido, capa e acessórios em pele de cortiça da marca de cortiça TMcollection elaborada em colaboração com a Pelcor.

Ao longo da sua carreira, Luís Onofre já desenvolveu coleções para as marcas *Cacharel* e *Kenzo* e em 1999 criou a sua linha de sapatos que calçaram a agora Rainha de Espanha, Letícia.

2014 foi o ano do calçado português na passeadeira vermelha - 18 celebridades escolheram calçar Ferre - e dos sofás: desenhado pelo Sérgio Mendes, Hughes venceu o Prémio Internacional de Design e Arquitectura na categoria de seating atribuído pela revista *Design et al.*



Design em português

Em Portugal, tudo começou depois da revolução industrial. A criação da Sociedade Nacional de Belas-Artes e a Implementação da República trouxeram com elas sinais de modernidade e de abertura para os movimentos internacionais e associativistas. Até aí, “sempre o desenho precedeu o fabrico, em oficinas e estaleiros, bosquejo de artista ou traçado de técnico”, escreveu José-Augusto França, historiador, sociólogo e crítico. “Quando, porém, nisso se reflectiu, teorizando a prática, em intenções económicas, sociais e estéticas, para adequada resposta a necessidades urbanamente desenvolvidas e multiplicadas pela produção e pelo consumo, e em relação a um gosto de vida artisticamente encarado - formou-se, ou instituiu-se, o design.”

O design, a “disciplina que visa a criação de objectos, ambientes, obras gráficas, etc, ao mesmo tempo funcionais, estéticos e conformes aos imperativos de uma produção industrial”, diz o Priberam. É a idealização e a criação, toda uma arte que foi sendo aperfeiçoada até aos dias de hoje.

A colecção

24 DE MARÇO
1.º Volume
1900-1919

A modernização gerada pela revolução industrial já tinha trazido alterações significativas na segunda metade do século XIX, mas foram a implementação da República, a criação da Sociedade Nacional de Belas-Artes (1901) e da Sociedade de Propaganda de Portugal (1906) que marcaram o design. Os sinais de modernidade manifestaram-se sobretudo no design



gráfico, com destaque para *A Paródia* de Bordalo Pinheiro, a revista *Orpheu* de Fernando Pessoa ou ainda o livro *K4* o *Quadrado Azul* editado por Almada Negreiros. Com foco entre os anos 1900 e 1919, o primeiro volume da colecção é da autoria de Maria Helena Souto, contextualizando um período que foi propício à criação de marcas como o Azeite Gallo (1919) já com uma imagem próxima da que o caracteriza hoje.

31 DE MARÇO
2.º Volume
1920 - 1939



Rui Afonso Santos assina o segundo volume dedicado aos anos 1920 e 1930, a *Belle Époque*, embora não com a força parisiense. A ilustração foi senhora e rainha deste período de ouro com revistas como a *Ilustração* (1926) ou a *Voga* (1927) a representarem, no traço de António Soares, Stuart ou Bernardo Marques, o novo ambiente citadino, a coquetterie e a vida nocturna na idade das bandas de jazz. Era a altura em que cafés como a Brasileira encomendavam a decoração a Soares ou a Almada Negreiros. O fim da I República pôs fim a este cenário de modernidade, embora seja quando acontece a Grande Exposição Industrial Portugal e a importante Exposição da Luz e Electricidade Aplicada ao Lar.

7 DE ABRIL
3.º Volume
1940 - 1959

A instauração do Estado Novo em 1933 marcou definitivamente o design português das décadas seguintes. Primeiro, a criação do Secretariado da Propaganda Nacional, dirigido por António Ferro, organizou a participação portuguesa na Exposição Internacional de Paris (1937) e Nova Iorque (1939), orientando o design para a propaganda. Anos mais tarde, em 1941 começa a ver-se publicidade nas estradas. Os pioneiros foram Licor Beirão, Nitrito do Chile e Mabor General, cujas publicidades em azulejo ainda estão patentes em algumas localidades. Foi também



na década de 1940 que foi desenhada, pela primeira vez, a marca dos Transportes Aéreos Portugueses, sob a supervisão de Humberto Delgado, e a criação da Fundação Calouste Gulbenkian marcou a década de 1950. É também nesta altura que é criada uma das marcas mais populares: a Sumol.

Maria João Baltazar assina o terceiro volume que abrange os anos entre 1940 e 1959.

14 DE ABRIL
4.º Volume
1960 - 1979



No início da década de 60, o campo editorial tem um novo fôlego, devido quer à dinâmica dos novos editores quer pela qualidade das capas assinadas por Sebastião Rodrigues ou Victor Palla. Em 1959, a revista *Almanaque*, de Figueiredo Magalhães e direcção gráfica de Rodrigues torna-se um dos marcos do design gráfico português. A inauguração do primeiro centro comercial português, o Apollo 70 no início da década de 1970, trouxe também novos conceitos de design visual e de interiores, manifestando um novo contexto social espelhado em lojas de roupa como a Profirios e a Maça, de Ana Salazar. Também o surgimento do *Expresso*, *Correio da Manhã* e de marcas como a Galp ou o Totobola são explicados

por Victor M. Almeida nesta quarta volume.

21 DE ABRIL
5.º Volume
1980 - 1999

As décadas de 1980 e 1990 ficaram marcadas pela transformação cultural associada ao desenvolvimento de uma nova vida nocturna. Fosse o cinema português (com o filme *Kilas*, o *Mau da Fita*, de José Fonseca e Costa a bater recordes de bilheteiras devido ao cartaz) ou o surgimento de um Bairro Alto cosmopolita e pós-moderno, o principal culpado. É criado o Centro Nacional de Design e uma das mais importantes empresas de design e publicidade:



a Novo Design, que foi responsável por, entre outros projectos, a imagem do Multibanco. A adesão de Portugal à CEE criou também melhores condições para mais transformações, conforme explica Helena Sofia Silva neste quinto volume.

28 DE ABRIL
6.º Volume
2000 - 2015

Em 1999 teve lugar a primeira *Bienal de Design Experimentadesign*, o primeiro evento internacional de design a decorrer em Portugal. A viragem do século trouxe também consigo uma série de



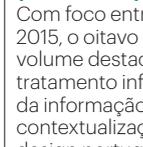
novidades relevantes para o design gráfico, como o redesign do *PÚBLICO*, do *Mil Folhas* e do *Y* e a publicação da revista *Egoísta*. Em 2004 Portugal recebeu o Campeonato Europeu de Futebol e o Porto foi Capital Europeia da Cultura, seguindo-se Guimarães a acolher o certame. Por essa altura, os blogs abriam caminho poe entre o digital e alteraram não só a forma de escrever como também o design na linha. De destacar ainda a abertura do MUDE - Museu do Design e da Moda, em Lisboa. Estas duas décadas são explicadas por José Bártolo.

5 DE MAIO
7.º Volume
Cronologia
(1900 - 1959)



A colecção design português completa-se com a edição de uma linha de tempo do design português organizada em dois volumes (1900-1959 e 1960-2015) que possibilitam, através do levantamento dos mais importantes marcos do design nacional e internacional, amplamente ilustrados, uma leitura ampla sobre a evolução dos objectos, das tecnologias e dos estilos de vida. Nestes dois volumes destacam-se o tratamento infográfico da informação e a contextualização do design português dentro do panorama internacional.

12 DE MAIO
8.º Volume
Cronologia
(1960 - 2015)



Com foco entre 1960 e 2015, o oitavo e último volume destaca-se pelo tratamento infográfico da informação e a contextualização do design português dentro do panorama internacional. Avança também pelo século XXI adentro, mostrando-nos o que está a ser feito nos dias de hoje.

